

A person wearing a dark blue jacket, a red beanie, a colorful scarf, and a blue backpack with brown leather straps stands on a grassy hill. Their arms are outstretched horizontally, pointing towards a town with red-tiled roofs and a church spire in the distance. The sky is overcast.

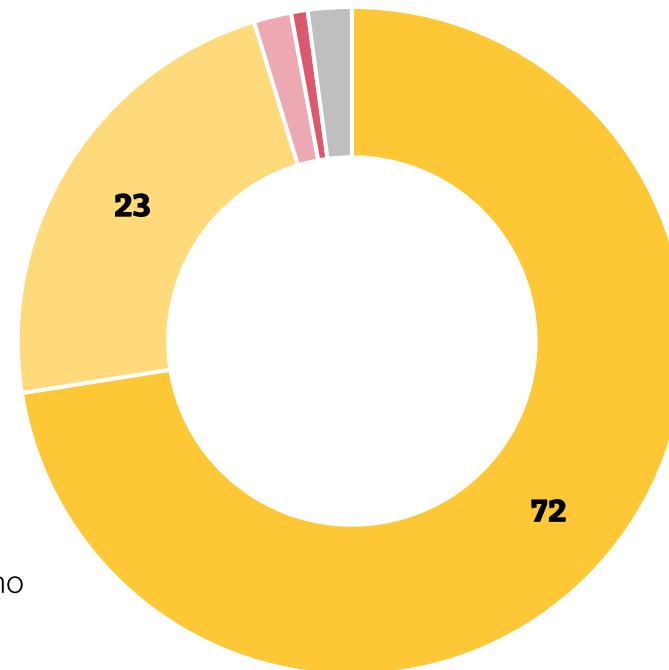
**Brand Česka**

# Důležitost budování dobrého jména Česka ve světě

**Je pro Vás osobně důležité, aby si Česko ve světě budovalo a posilovalo dobré jméno?**

v procentech

- Dotázaní se většinou shodují, že je třeba budovat a posilovat dobré jméno Česka ve světě (95 %). Z toho 72 % uvádí, že je to rozhodně potřeba.
- Pouze minimum (3 %) respondentů jsou opačného názoru a budování dobrého jména Česka v zahraničí nepovažují za důležité.



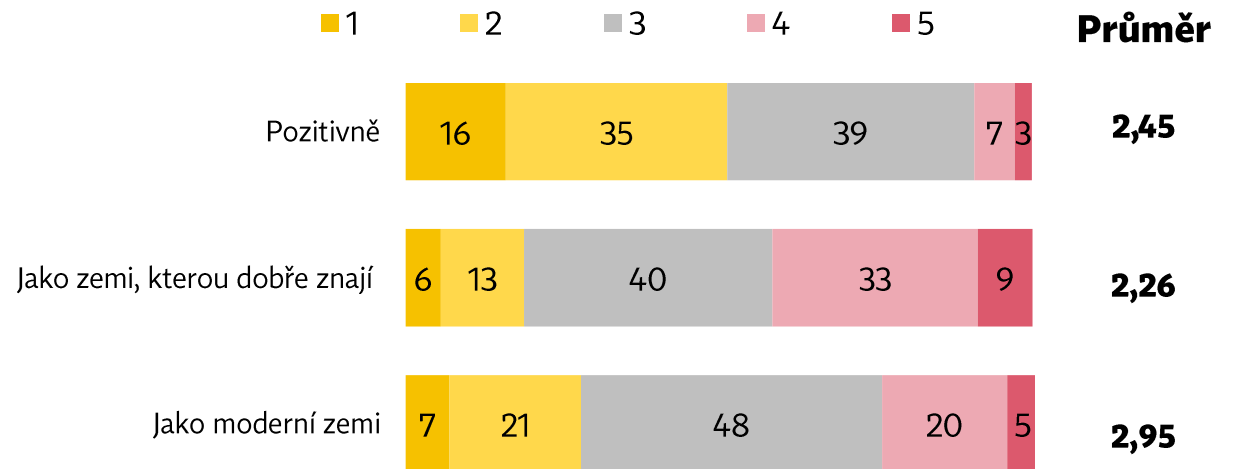
- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Rozhodně ne
- Nevím/ nikdy jsem o tom nepřemýšlel/a

n=1003, celá veřejnost

# Vnímání ČR v zahraničí

- Česko je v zahraničí vnímáno spíše pozitivně (51 %), ovšem téměř 40 % zaujímá spíše neutrální pozici a pouze 10 % respondentů se kloní k tomu, že je Česko v zahraničí vnímáno negativně.
- Ve vnímání Česka jako moderního nebo zaostalého státu se veřejnost dělí na dvě podobně velké skupiny. Téměř polovina (48 %) dotazovaných nepovažuje Česko ani za moderní, ani za zaostalou zemi.

## Jak podle Vás obvykle vnímají Česko lidé v zahraničí? v procentech

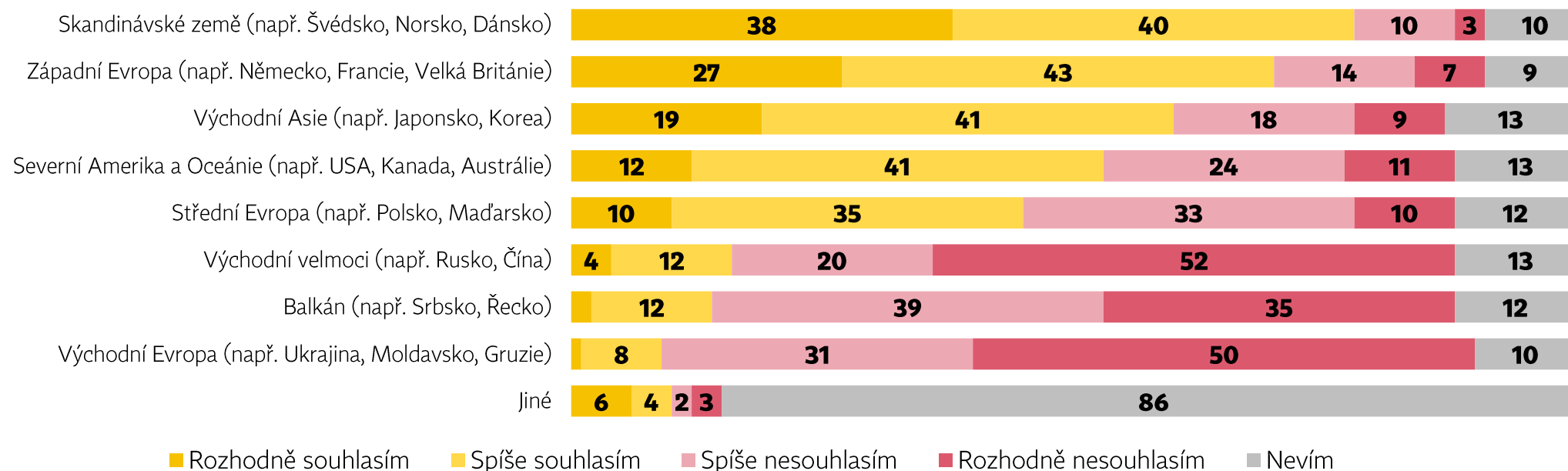


n=1003, celá veřejnost

# U koho se inspirovat při propagaci Česka

## Kým bychom se měli inspirovat při propagaci Česka ve světě?

v procentech



n=1003, celá veřejnost (údaje v procentech)

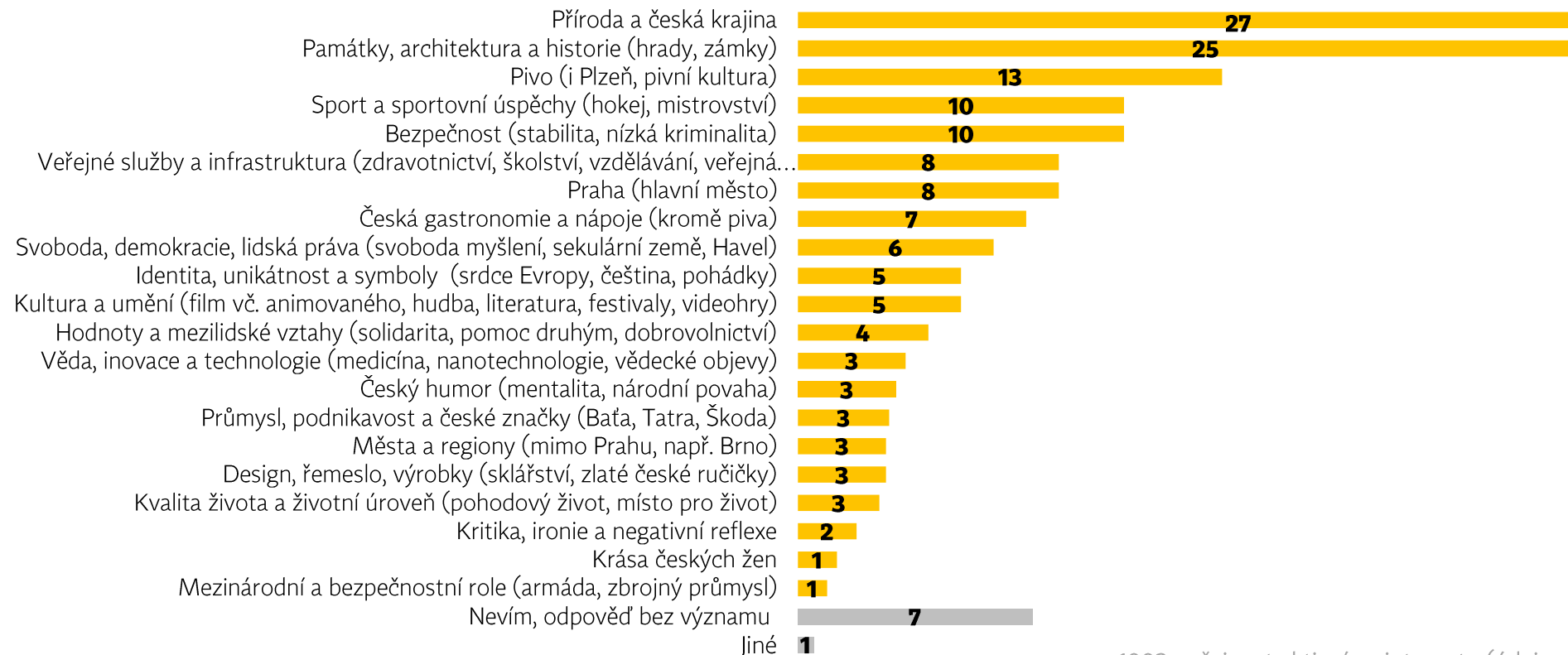


Respondenti zastávají názor, že by se Česko měla při své propagaci inspirovat především u Skandinávských zemí (78 %), zemí Západní Evropy (60 %), Východní Asie (60 %) a Severní Ameriky (53 %). Místa, kde bychom naopak inspiraci hledat neměli, jsou Východní velmoci, Balkán a Východní Evropa.

# Hrdost na Česko

**Jakou jednou věcí byste se rád/a pochlubil/a o Česku, kdybyste mluvil/a s někým ze zahraničí?**

v procentech



n=1002, veřejnost aktivní na internetu (údaje v procentech)



Češi jsou nejvíce hrdí na přírodu a českou krajinu, společně s památkami, architekturou a historií (hrady, zámky). V závěsu stojí i vyhlášená česká kultura piva.

# Negativní asociace

## Co se o nás říká a my nechceme, aby se o nás říkalo?

v procentech



n=1002, veřejnost aktivní na internetu (údaje v procentech)



Negativně si veřejnost Česko spojuje s korupcí, krádežemi a nepoctivostí, ale i pivní a alkoholovou kulturou. Na přední příčky se dostává i asociace s východní Evropou.

# Představy budoucnosti

## Čím byste chtěl/a, aby Česko za 20 let vynikalo oproti svým sousedům?

v procentech



n=1002, veřejnost aktivní na internetu (údaje v procentech)

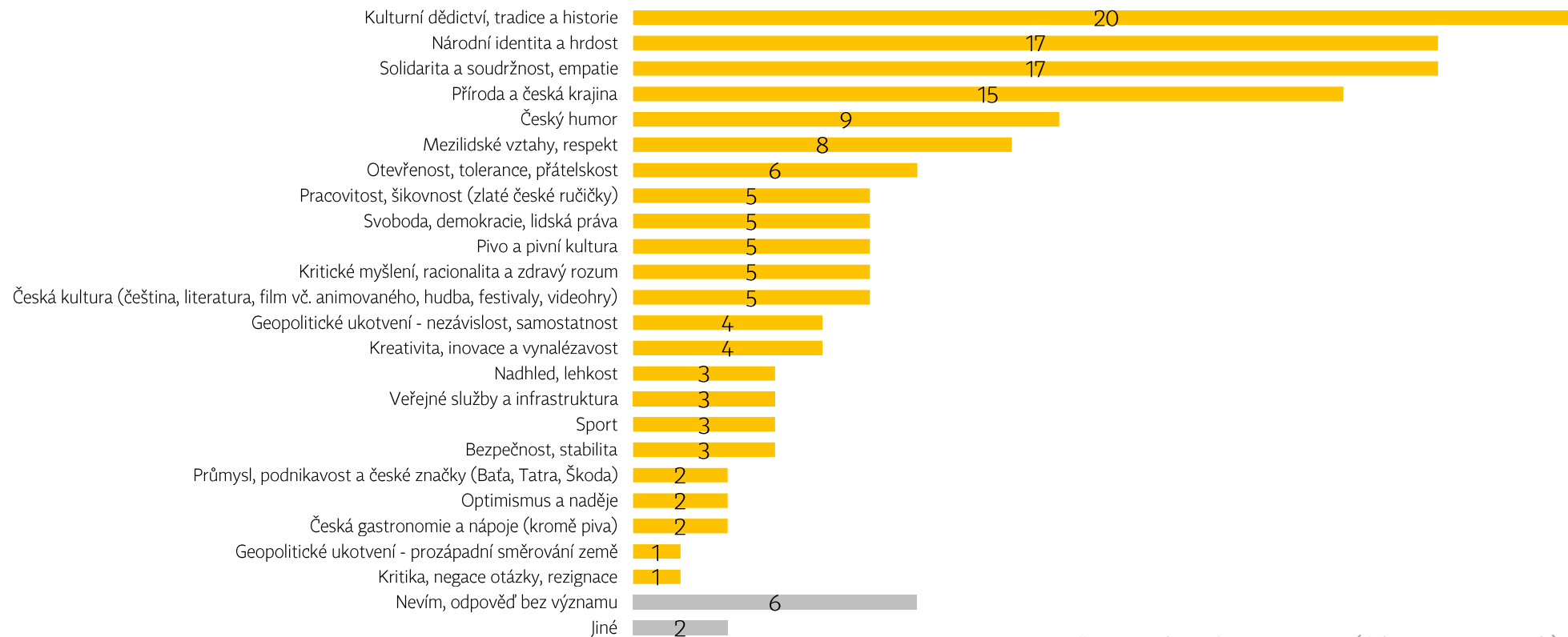


Češi by rádi, aby Česko v budoucnu vynikalo svou ekonomikou, průmyslem, ale i kvalitou života, životní úrovní a kvalitní správou státu a veřejných služeb.

# Hodnoty, které stojí za to uchovat

**Jakou věc blízko Vašemu srdci by si Česko a jeho lidé měli určitě zachovat i do budoucna?**

v procentech



n=1002, veřejnost aktivní na internetu (údaje v procentech)



Česko by si mělo zachovat své kulturní dědictví, tradici a historii, také národní identitu a hrdost a v neposlední řadě i aspekt solidarity, soudržnosti a empatie.